

## **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian PT Vein Surya Dine di Kota Tangerang**

**Firda Silvina<sup>1</sup>, Dede Solihin<sup>2</sup>**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email: firdasilvina7@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Harga, Kualitas Pelayananan, Keputusan Pembelian</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian PT Vein Surya Dine di Kota Tangerang baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah metode asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif dengan sampel 122 responden Dimana data tersebut diolah menggunakan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian ini adalah Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine hal tersebut dapat dibuktikan dari Persamaan regresi linier sederhana <math>Y=10,212+1,117X_1</math>. Nilai korelasi variabel harga sebesar 0,742 yang artinya tingkat hubungan kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 55%. Uji Hipotesis dinilai <math>t_{hitung} 12,199 &gt; t_{tabel} 1,657</math>. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana <math>Y=5,150+1,031X_2</math>. Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,835 yang artinya Tingkat hubungan kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 69,6%. Uji Hipotesis dinilai <math>t_{hitung} 16,594 &gt; t_{tabel} 1,657</math>. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda <math>Y=1,594+0,452X_1+0,767X_2</math>, Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,861 yang artinya sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 74,1%. Serta Uji Hipotesis diperoleh nilai <math>F_{hitung} 170,166 &gt; F_{tabel} 3,92</math>.</p>
DOI: 10.32493/jism.v4i2	<b>ABSTRACT</b>
<p><b>Keywords:</b> Price, Service Quality, Purchasing Decision.</p>	<p><i>This study aims to determine the Effect of Price and Service Quality on the purchasing Decision of PT Vein Surya Dine in Tangerang City both partially and simultaneously. The method used is a causal associative method with a quantitative approach with a sample of 122 respondents where the data is processed using the SPSS 26 application. The results of this study are: There is a positive and significant influence between prices on purchasing decisions at PT Vein Surya Dine, this can be proven from the simple linear regression equation <math>Y= 10.212+1.117x1</math>. The correlation value of</i></p>

*the price variable is 0.742 which means the level of strong relationship. The value of the coefficient of determination is 55%. The hypothesis test was assessed tcount 12.199 > ttable 1.657. There is a positive and significant influence between service quality on purchasing decisions at PT Vein Surya Dine, this can be proven from the simple linear regression equation  $Y = 5.150 + 1.031X_2$ . The correlation value of the service quality variable is 0.835 which means that the relationship level is strong. The value of the coefficient of determination is 69.6%. The Hypothesis Test was assessed tcount 16.594 > ttable 1.657. Simultaneously, there is a positive and significant influence between price and service quality on purchasing decisions at PT Vein Surya Dine, this can be proven from the multiple linear regression equation  $Y=1.594+0.452X_1+0.767X_2$ , the correlation value of service quality variables is 0.861 which means it is very strong. The value of the coefficient of determination is 74.1%. As well as the Hypothesis Test, Fcalculate values of 170.166 > Ftable 3.92.*

**How to cite:** Silvina, F., & Solihin, D. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian PT Vein Surya Dine di KotaTangerang. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 4(2) 266-276.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2024 by author.

## PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dan ketidakpastian ekonomi memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu meningkatkan dan memenangkan persaingan. Salah satu usaha yang sangat mudah ditemui di era sekarang ini adalah banyaknya perusahaan jasa, baik perusahaan besar maupun kecil. Pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk mencapai target penjualannya yang telah ditentukan sehingga dapat memperoleh laba yang diinginkan. Salah satu usaha dalam mencapai laba yang maksimal adalah dengan meningkatkan penjualan dan usaha lainnya. Tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran itu sendiri sudah harus dipikirkan sebelumnya, agar lebih tepat pada sasaran konsumen. Karena konsumen yang potensial akan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya faktor kualitas pelayanan sehingga membuat konsumen merasa sangat puas dan lebih memilih produk kita daripada produk pesaing yang lain.

Perkembangan perusahaan jasa, terutama jasa *powder coating* sudah semakin banyak ditemui, secara tidak langsung kompetitor sedang melakukan persaingan baik dari segi produk, harga dan pelayanan. Oleh karena itu penerapan strategi memasarkan produk dan jasa sangatlah penting bagi perusahaan agar mampu bersaing dan juga mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang mereka jual dan tawarkan. PT Vein Surya Dine di Kota Tangerang dalam memasarkan produk jasa *powder coating*, banyak mengalami permasalahan di pasar. Permasalahan yang dialaminya mulai dari *competitor* yang semakin bertambah, faktor harga dan kualitas pelayanan memiliki banyak sekali pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sebagai konsumen, kita sering kali mempertimbangkan harga dan kualitas pelayanan sebelum melakukan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:177), Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Proses pengambilan keputusan yang rumit

sering melibatkan beberapa keputusan. Keputusan ini melibatkan pilihan antara dua atau lebih alternatif. Keputusan pembelian konsumen adalah tahap dimana konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai, dimana keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindari sangat dipengaruhi resiko yang dirasakan.

Konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk tidak lain adalah setelah mereka melihat harga suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Harga merupakan strategi dalam memasarkan sebuah produk. Bila harga terlalu tinggi, maka produk yang bersangkutan menjadi tidak terjangkau untuk pasar sasaran dan konsumen menjadi rendah. Namun sebaliknya jika harga terlalu rendah, maka perusahaan akan sulit menapatkan laba dan konsumen mengira produk tersebut tidak mempunyai kualitas. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan satu barang atau jasa. Dapat dikatakan harga juga dapat dikatakan sebagai alat penentu nilai barang di benak konsumen.

Selain harga, kualitas pelayanan yang baik juga mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian. Pelayanan yang berkualitas membuat konsumen merasa terpenuhi kebutuhannya, sehingga mereka merasa nyaman dan kembali datang. Menurut Tjiptono (2017:159), menjelaskan terdapat lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan yaitu realibilitas (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Selain harga yang sering kali menjadi keluhan konsumen, maka dari itu PT Vein Surya Dine mempertahankan kedudukannya dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan Suryoko (2017) dengan judul Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada tanan rekreasi wonderia Semarang). Hasil penelitian yang diketahui bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan Ada hubungan taraf kuat antara harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian di Wonderia Semarang. Dan berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Berlien, dkk (2020) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sari Melati Kencana Pematangsiantar, hasil penelitian diketahui bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Sari Melati Kencana Pematangsiantar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian PT Vein Surya Dine di Kota Tangerang baik secara parsial maupun simultan.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Harga**

Menurut Malau (2018:125) harga adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, dengan kata lain, itu merupakan produk atau merek yang saling bersaing. Menurut Erbianti (2021:121) secara sederhana definisi Harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Harga juga dapat dikatakan sebagai suatu penentuan nilai barang di benak konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:63) yang diterjemahkan oleh Bob Sabran harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk.

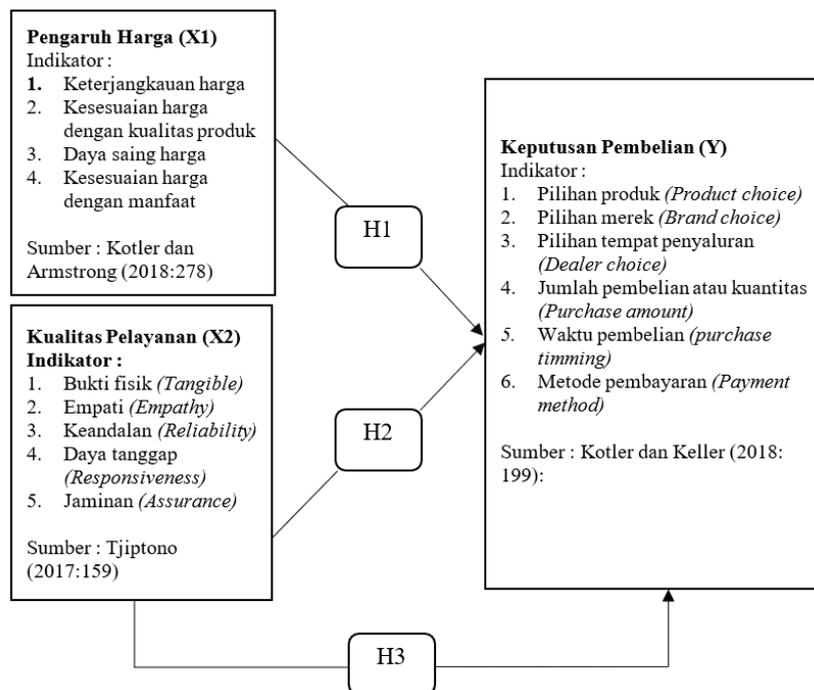
### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2018:143) “kualitas

adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”. Menurut Kotler dalam Tjiptono (2017:59) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

### Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk (2017:112) bahwa “Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang bisa membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Kotler dan Armstrong (2018:175) menjelaskan, keputusan pembelian adalah bagian dari proses pembelian yang jauh dari lebih besar dari mengenali kebutuhan perilaku pasca pembelian. Menurut Assauri (2017:141) keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

### Hipotesis

- H1 = Diduga ada pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian
- H2 = Diduga ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
- H3 = Diduga ada pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

### METODE PENELITIAN

Tempat penelitian yang dituju adalah PT Vein Surya Dine di Kota Tangerang yang beralamatkan di Jl. Irigasi Sipon No.14 Kel. Cipndoh Makmur Kec. Cipondoh Kota Tangerang Banten 15148. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Adapun pengertian metode asosiatif kausal, menurut Sugiyono (2017:37) penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan apabila ada seberapa erat pengaruh atau hubungan serta berarti atau tidaknya pengaruh atau hubungan itu. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di PT Vein Surya Dine di Kota

Tangerang tahun 2022 sebanyak 175 orang. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 121,7 dibulatkan menjadi 122 pelanggan PT Vein Surya Dine. Berdasarkan perhitungan Slovin dapat dilihat bahwa jika jumlah populasi 122 orang dengan tingkat kesalahan 5% maka sampelnya adalah 122 orang. Dalam penelitian ini, kuesioner menggunakan pertanyaan tertutup yang akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh kuesioner yang telah terkumpul. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi

**Tabel 1 Regresi Linier Sederhana Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.212	2.838		3.598	.000
	Harga	1.117	.092	.742	12.119	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:  $Y = 10,212 + 1,117 X_1$  Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 10,212 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat harga (X1) bernilai nol atau tidak meningkat, maka keputusan pembelian (Y) akan tetap bernilai 10,212. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 1,117 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 1,117 satuan.

**Tabel 2 Regresi Linier sederhana kualitas pelayanan (x2) terhadap keputusan pembelian (y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.150	2.388		2.157	.033
	Kualitas Pelayanan	1.031	.062	.835	16.594	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:  $Y = 5,150 + 1,031 X_2$  Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 5,150 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan (X2) bernilai nol atau tidak meningkat, maka Keputusan pembelian (Y) akan tetap bernilai 5,150. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 1,031 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 1,031 satuan.

**Tabel 3 Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.594	2.351		.678	.499
	Harga	.452	.100	.300	4.519	.000
	Kualitas Pelayanan	.767	.082	.621	9.356	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:  $Y = 1,594 + 0,452X_1 + 0,767X_2$

- a. Konstanta sebesar 1,594 artinya jika variabel harga dan variabel kualitas pelayanan, bernilai nol atau tidak meningkat maka keputusan pembelian akan tetap bernilai sebesar 1,594.
- b. Nilai regresi  $0,452X_1$  (positif) artinya apabila variabel harga ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dalam keadaan tetap, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,452 satuan.
- c. Nilai regresi  $0,767X_2$  (positif) artinya apabila variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel harga ( $X_1$ ) tetap, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,767 satuan.

**Uji Koefisien Korelasi**

**Tabel 4 Koefisien Korelasi ( $X_1$ ) Terhadap ( $Y$ )**

Correlations			
		Keputusan Pembelian	Harga
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	1	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	122	122
Harga	Pearson Correlation	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	122	122

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel harga sebesar 0,742 masuk dalam interpretasi 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat. Yang artinya tingkat hubungan harga terhadap keputusan pembelian memiliki tingkat hubungan yang kuat.

**Tabel 5 Koefisien Korelasi ( $X_2$ ) Terhadap ( $Y$ )**

Correlations			
		Keputusan Pembelian	Kualitas Pelayanan
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	1	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	122	122
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	122	122

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,835 masuk dalam interpretasi 0,80 - 1,000 dengan tingkat hubungan sangat kuat. Yang artinya tingkat hubungan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian memiliki tingkat hubungan yang kuat.

**Tabel 6 Koefisien Korelasi Simultan**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 <sup>a</sup>	.741	.737	7.566

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,861, masuk pada 0,80 - 1,000 artinya bahwa tingkat hubungan antara

variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat.

**Uji Koefisien Determinasi**

**Tabel 7 Koefisien Determinasi ( $X_1$ ) Terhadap ( $Y$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 <sup>a</sup>	.550	.547	9.927

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* sebesar 0,550 yang artinya variabel harga ( $X_1$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 55%, sedangkan sisanya sebesar 45% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 8 Koefisien Determinasi ( $X_2$ ) Terhadap ( $Y$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 <sup>a</sup>	.696	.694	8.156

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* sebesar 0,696 yang artinya variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 69,6%, sedangkan sisanya sebesar 30,4% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 9 Koefisien Determinasi Berganda**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 <sup>a</sup>	.741	.737	7.566

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* sebesar 0,741 yang artinya variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 74,1%, sedangkan sisanya sebesar 25,9% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Uji Hipotesis**

**Uji Hipotesis Parsial**

**Tabel 10 Uji T Parsial Harga ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.212	2.838		3.598	.000
	Harga	1.117	.092	.742	12.119	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 10 tersebut dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} 12,199 > t_{tabel} 1,657$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima menandakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine.

**Tabel 11 Uji T Parsial Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.150	2.388		2.157	.033
	Kualitas Pelayanan	1.031	.062	.835	16.594	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 11 tersebut dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} 16,594 > t_{tabel} 1,657$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima menandakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine.

### Uji Hipotesis Simultan

**Tabel 12 Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19483.993	2	9741.997	170.166	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6812.728	119	57.250		
	Total	26296.721	121			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan Tabel 12 diperoleh nilai  $F_{hitung} 170,166 > F_{tabel} 3,92$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine.

### Pembahasan

#### Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine hal tersebut dapat dibuktikan dari Persamaan regresi linier sederhana  $Y=10,212+1,117X_1$ . Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 10,212 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat harga ( $X_1$ ) bernilai nol atau tidak meningkat, maka keputusan pembelian (Y) akan tetap bernilai 10,212. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 1,117 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 1,117 satuan. Nilai korelasi variabel harga sebesar 0,742 yang artinya tingkat hubungan harga terhadap keputusan pembelian memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,550 yang artinya variabel harga ( $X_1$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 55%, sedangkan sisanya sebesar 45% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Serta nilai  $t_{hitung} 12,199 > t_{tabel} 1,657$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima menandakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Silvia (2020) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. Hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Berlien, dkk (2020) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sari Melati Kencana Pematangsiantar, hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh harga terhadap

keputusan pembelian artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Sari Melati Kencana Pematangsiantar Pematangsiantar.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana  $Y=5,150+1,031X_2$ . Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 5,150 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan ( $X_2$ ) bernilai nol atau tidak meningkat, maka keputusan pembelian (Y) akan tetap bernilai 5,150. Koefisien regresi nilai (b) sebesar 1,031 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 1,031 satuan. Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,835 yang artinya tingkat hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,696 yang artinya variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 69,6%, sedangkan sisanya sebesar 30,4% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Serta nilai  $t_{hitung} 16,594 > t_{tabel} 1,657$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menandakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Panjaitan dan Suryoko (2017) dengan judul Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada tanan rekreasi wonderia Semarang). Hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lesmana dan Nasution (2018) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan), hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

### **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda  $Y=1,594+0,452X_1+0,767X_2$ , Nilai regresi  $0,452X_1$  (positif) artinya apabila variabel harga ( $X_1$ ) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dalam keadaan tetap, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,452 satuan. Nilai regresi  $0,767X_2$  (positif) artinya apabila variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) meningkat sebesar 1 satuan, dengan asumsi variabel harga ( $X_1$ ) tetap, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,767 satuan. Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,861 yang artinya tingkat hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,741 yang artinya variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pelayanan (Y) sebesar 74,1%, sedangkan sisanya sebesar 25,9% di sebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Serta nilai  $F_{hitung} 170,166 > F_{tabel} 3,92$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Vein Surya Dine.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan Suryoko (2017) dengan judul Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada tanan

rekreasi wonderia Semarang). Hasil penelitian yang diketahui bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan Ada hubungan taraf kuat antara harga, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian di Wonderia Semarang dan berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Berlien, dkk (2020) dengan judul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sari Melati Kencana Pematangsiantar, hasil penelitian diketahui bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Sari Melati Kencana Pematangsiantar

## KESIMPULAN

Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana  $Y=10,212+1,117X_1$ , Nilai korelasi sebesar 0,742. Nilai koefisien determinasi sebesar 55%, dan nilai  $t_{hitung} 12,199 > t_{tabel} 1,657$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima menandakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier sederhana  $Y=5,150+1,031X_2$ . Nilai korelasi sebesar 0,835. Nilai koefisien determinasi sebesar 69,6 %, dan nilai  $t_{hitung} 16,594 > t_{tabel} 1,657$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima menandakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine. Secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT Vein Surya Dine, hal tersebut dapat dibuktikan dari persamaan regresi linier berganda  $Y=1,594+0,452X_1+0,767X_2$ . Nilai koefisien determinasi sebesar 74,1%. Nilai korelasi sebesar 0,861. Serta nilai  $F_{hitung} 170,166 > F_{tabel} 3,92$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Vein Surya Dine.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Alma, B. (2018) .*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Erbianti, E. & Juardi, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penawaran Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada Epon Service Center Mangga Dua Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 1(1), 188–197.
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146.
- Fauziah, U. U., Eldine, A., & Sume, S. A. (2019). *Sales Promotion Dan Harga Terhadap Volume Penjualan*. Manager : *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 145.
- Gaspersz, V. (2017). *Production Planning And Inventory Control*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.

- Gronroos, C. (2016). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. Chichester: John Wiley and Sons, Ltd.
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herry. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT.Gramedia: Jakarta.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip marketing. Edisi ke 7*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management, 15 Edition*. Essex, England: Person Education.
- Malau, Harman. (2018). *Manajemen Pemasaran "Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global"*. Bandung: Alfabeta.
- Mulyapradana, A., & Lazulfa, A. (2018). Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol)*. Vol.1(1). 14-23
- Novandri, R. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen*. i, 16–45.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta.
- Ricky W Griffin (2018). *Manajemen*. Erlangga, Jakarta. PT Gramedia
- Rohmah, N. & Zaenal, F. (2017). *Pengantar Manajemen Pendidikan*. Malang: Madani.
- Schiffman, L.G., & Wisenblit, J. (2017). *Consumer Behavior*. Harlow: Pearson Education.
- Silalahi N.B. (2018). *Dasar-dasar manajemen*, Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) YKPN.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Swastha, B. & Irawan. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta
- Terry, G., & Rue, L. W. (2016). *Dasar-dasar Manajemen Edisi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2017). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima (Cet. Ke-3)*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, F., & Gregorius C. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi offset.